

Gustavo Pagotto

Gerente regional de ventas de LinkedIn para Latinoamérica



LinkedIn presentó en México su tercer área de negocios, LinkedIn Sales Solutions, que da un paso en el proceso tradicional de ventas B2B, pues conecta a la fuerza de ventas de una empresa con clientes potenciales en otras. El vendedor puede seleccionar mediante filtros qué tipo de persona es el objetivo de su producto y encontrar, en los nueve millones de usuarios mexicanos, al correcto.

“VENDEDORES 10 VECES MÁS PRODUCTIVOS”

REGINA REYES-HEROLES C.

¿Cuál es el potencial de esta solución en México?

El mercado mexicano es muy grande, son más de nueve millones de usuarios en LinkedIn, y si solo pensamos en vendedores corporativos, son más de 430,000 vendedores. Es un público muy grande, vamos a empezar con algunas industrias, tecnología, consultorías, bancas, empresas de seguros y prestadores de servicios. No estamos solo hablando de empresas grandes, cualquier empresa hace ventas y esto ayuda a empresas que tienen desde cinco vendedores, hasta las que tienen cinco millones o más.

¿Cómo está el panorama de México en relación con otros países?

México es uno de los 10 mercados más grandes para LinkedIn, en cuanto a cantidad de usuarios en Latinoamérica y hay un crecimiento de más de 20% en el último año. Esto significa que los mexicanos están cada vez más conectados. Y lo que hemos visto también, es que la gente está utilizando cada vez mejor la plataforma, estos servicios corporativos se suman a la red y volvemos a la filosofía de LinkedIn que es hacer a los profesionales más exitosos.

¿En ese top 10 hay otros países de Latinoamérica con los que estemos a la par?

Brasil está en el tercer lugar con 27 millones de usuarios, México en el nivel regional está en el cuarto, EU está en el primer lugar a nivel mundial, y en este rango México está entre octavo y noveno. México es el país con usuarios con más conexiones internacionales en América Latina.

¿Va a haber un costo por el uso de la plataforma?

Esta es una solución para las empresas y ellas pagan por el servicio y contratan licencias individuales para los profesionales de

ventas, este servicio tiene un costo mensual de 100 dólares al mes.

Al final lo que hemos visto es que esta inversión apoya mucho a los vendedores a ganar productividad. La idea es que en LinkedIn no hay fronteras, cuantas más conexiones tiene un profesional, esta persona tendrá más fuerza.

¿Cómo cambiar el concepto tradicional de ventas?

Lo que queremos es traer este concepto para las empresas mexicanas, y sabemos que es un proceso lento. Ese es el primer objetivo. Sabemos que hay millones de vendedores en México, pero vamos a trabajar con las empresas, con los directores, vicepresidentes de ventas de estas industrias como primer ciclo para ayudarles a entender cómo es posible cambiar de las ventas tradicionales a las más inteligentes, usando las redes sociales.

La solución que vendemos es para que el director de mercadeo de una empresa busque clientes. Además, de esta solución tecnológica, capacitamos a la empresa para que entre a este modelo de vendedor social. Aquí es donde logra vendedores 10 veces más productivos.

¿El perfil de un vendedor se construye distinto en LinkedIn o Sales Solutions?


Hace algunos años, empezamos a observar el comportamiento de los vendedores dentro de LinkedIn y surgió el concepto de ventas sociales. Los vendedores usan LinkedIn de una manera diferente, incluye casos de éxito de sus clientes, videos, noticias en la prensa. En Sales Solutions, este “vendedor” se conecta con alguien considerado experto. El punto uno de los vendedores sociales es tener imagen, un perfil bien hecho. Segundo es cómo usar la plataforma para encontrar clientes, los contactos correctos. Los vendedores sociales están conectados con sus clientes en todo el proceso comercial, están actualizados, y mantienen la relación fuerte. 



Foto: Cortesía